

서울디자인위크 2017 결과보고

2017 . . .

문서번호	전시사업팀-1880	책임	전시사업 팀장	상생본부 장	DDP경영 단장	대표이사	
결재일자	2017.11.23.	11/14 박재희	11/21 김수정	11/22 최구환	11/22 유석윤	11/23 이근	
공개여부	공개	협 조					
방침번호	대표이사방침 제(478)호						

추진근거	<ul style="list-style-type: none"> □ 서울디자인위크2017 기본계획(안)(대표이사방침 제 228호, 2017.0124.) □ 서울디자인위크2017 세부 운영계획(대표이사방침 제 3882호, 2017.09.19.) 		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협약내용	협약결과
	재단의 각 부서별	서울시디자인정책과, 시민디자인연구센터, 공예디자인팀, 디자인사업팀, 국제협력팀, 교육사업팀, 서울도시건축비엔날레, 교육사업팀, 운영팀 (불임참조)	프로그램 협력 개최
	외부협력프로그램	동대문미래창조재단, 문화체육관광부, 한국문화예술위원회 (재)전통공연예술진흥재단,SEBS국 제다큐영화제,세운상가,네이버 디자인프레스,다음스토리펀딩, 디자인하우스	프로그램 협력 개최 미디어 노출 협력
후원 및 협찬	KT유니브, 노루, DIC, 안그래픽스, 베리준오, 코너스톤공유스페이스,꿈톡, 롯데칠성, REESES, 모나미, 두성, 클라우드	현물 협찬 지원	
사 업 비	'17년 1,572,800천원 (DDP대관료 : 572,800천원 포함)		

서울디자인재단 (전시사업팀)

사전 검토항목

※ 해당사항이 없을 경우 '무' 표시하시기 바랍니다.

검 토 항 목	검토여부 ' <input checked="" type="checkbox"/> ' 표시	
시 민 참 여 고 려 사 항	시 민 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	이 해 당 사 자 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	전 문 가 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	옴 브 즈 만 :	유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
법 령 및 기 타 고 려 사 항	법 령 규 정 :	교통 <input type="checkbox"/> 환경 <input type="checkbox"/> 재해 <input type="checkbox"/> 기타 <input type="checkbox"/> 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	기 타 :	고용효과 <input type="checkbox"/> 노동인지 <input type="checkbox"/> 균형인지 <input type="checkbox"/>
		취약계층 <input type="checkbox"/> 성인지 <input type="checkbox"/> 장애인 <input type="checkbox"/> 디자인 <input checked="" type="checkbox"/>
	갈등발생 가능성 <input type="checkbox"/> 유지관리 비용 <input type="checkbox"/> 무 <input type="checkbox"/>	
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	민 간 단 체 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	기 업 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	관 련 단 체 :	유 <input checked="" type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>

서울디자인위크 2017 결과보고

서울디자인위크 2017 (2017.9.21.~27) 진행 후 그 결과를 보고 드림

1. 주요실적

핵심 성과

- 2017년 서울디자인위크는 주제 컨퍼런스와 전시를 중심으로 청년디자이너 오디션과 디자이너스 무브먼트 등을 통해 디자이너 참여 플랫폼 구축
- 총 관람객 31만명이상(서울전역프로그램 제외), 총 프로그램 58개, 참여기업 및 디자이너 1,121개/명 참가, 5개 플랫폼 구축, 후원확대
- 세계 주요도시의 디자인위크 연합체인 월드디자인위크(WDW) 발족, WDW 서밋 참가(2017.9.7.~17, 헬싱키)
- 내외부 협력 프로그램 구성 및 유치를 통해 시민, 학생, 전문가 등 계층별 맞춤형 다양한 콘텐츠로 풍성한 행사 구성

■ 사업추진목적

- 고유 콘텐츠 기획 및 연속성 있는 대표 사업 육성으로 DDP 핵심 콘텐츠 개발
- 청년 디자이너의 자립 기반 지원 및 시민의 디자인 문화 향유 기회 제공

■ 2017 추진현황 개요

구분	2015	2016	2017
추진 내용	서울디자인페스티벌(디자인 하우스)과 공동으로 홍보사업 진행	총감독 선임 '스마트디자인' 주제로 협력 프로그램 기획·운영 홍보사업 진행	총감독 재임, 콘텐츠별 전문가 체제 자체프로그램 플랫폼 구축 서울전역 프로그램 구축
기간	2015. 12. 2 - 6, 5일간	2016. 9. 22 - 10. 2, 5일간	2017. 9. 21 - 27, 7일간
장소	DDP, 코엑스, 디자인하우스 서울디자인스팟	DDP, 서울시 전역 (홍보 운영)	DDP, 서울시 전역 (콘텐츠 운영)

주제	보이지 않는 디자인, 시민이 행복한 디자인 (Seoul's Design Wizard)	스마트디자인을 통해 스마트 라이프를 추구하는 스마트시티 서울 (Smart Design, Smart Life, Smart City)	더 나은 관계를 위한 디자인 (Design for Better Relationship)
추진방식	서울디자인재단, 민·관 공동협력		
후원협찬 (명의후원제외)	-	-	2억5천상당 프로그램 현물협찬 유치
예산 (내역)	500,000천원 (홍보비)	1,950,000천원 (협력사업비+홍보비)	1,000,000천원 (자체/협력사업비+홍보비) DDP 대관료 578,000별도

- ※ 2016년은 AG, 스마트모빌리티 박람회 등 협력프로그램 운영과 홍보사업비로 예산 집행 2017년의 경우 서울디자인우크의 정체성 구축을 위한 자체프로그램 기획 및 실행
- ※ 2016년도 예산 대비 2017년 예산 감축(95%), 2017년 전체 예산 중 1/3 비율의 DDP 대관료 편성으로 자체프로그램 구성 및 홍보 사업 진행 2018년 서울디자인우크 예산 편성 고정 향후 프로그램 유료화 및 후원협찬 유치 통해 사업 구조 확대 필요

■ 정량성과

□ 년도별 성과지표

구분	2015	2016	2017 (확인요망)
관람객 수	28만명	30만명	31만명 이상 (서울전역 집계 제외)
참여기업	455개	962개	1,121개 (서울전역 마켓 제외)
협력기관	19개	39개	68개
프로그램	30개	56개	58개 (홍보프로그램 제외)
홍보	민간 공동 추진 디자인마켓 개최 국내 27건, 해외 18건 보도	스마트디자인 국제 컨퍼런스 및 박람회 개최 28만명	서울 전역 디자인스튜디오, 디자인샵, 마켓 등 50개 참여 WDW 네트워크 9개국 참여 31만명 이상
후원.협찬	-	-	2억5천상당 16개 기업·기관 현금·현물 협찬

- ※ 디자인메이트 50여개 중 실질적인 프로그램 진행 콘텐츠만 집계
- ※ 관람객수 = 각 프로그램별 사전 예약참석인원 및 전시 각 수기 집계, 협력프로그램별 집계 제공 (기간 DDP방문객 159,372명 중 40%추정) 중 중복 집계 제외 (*동대문페스타 집계 4만 제외 서울시 전역 메이트프로그램 및 마켓 11곳은 제외함)
- ※ 첨부파일 참조 [첨부6] SDW_프로그램 집계

■ 정성성과

① 서울디자인워크의 역할과 정체성에 부합하는 콘텐츠 내실화

- 총감독 및 분야별 큐레이터 및 전문가 도입 통한 전문성 강화
- 주제 관련 자체 교육, 전시, 참여 등 자체프로그램 플랫폼 구축
 - 5개 플랫폼, 58개 콘텐츠로 구성, 참여기업 및 디자이너 1,121사, 총 관람객 31만명 이상
- 콘텐츠에 부합하는 국내외 협력프로그램 유치 확대
 - 스마트모빌리티컨퍼런스, 서울공예박람회, 공예디자인마켓, 유니버설디자인박람회, 동대문스타일페스타, 상상패션워크 등 DDP내 협업프로그램 28개, 서울전역 50개

② 대상별 프로그램 세분화, 차별성 도모 (전문가/청년디자이너/시민)

- 청년디자이너 전문멘토링, 오디션을 통해 성장플랫폼 구축

- 사회적 문제해결에 대한 젊은 디자이너들의 관심과 사명 의식 제고
- 디자인 아이디어를 실현하고 지지해주는 청년 디자이너 등용문 마련
 - 전문가 멘토링 매칭 28회 진행, 오디션관람객 490명, 서울시장상시장 외 3개상 수여
 - 다음 스토리펀딩 후원참여 총475건, 후원금액 2,500천원 펀딩, 네이버디자인판 특집기사 게재 등

- 디자이너 네트워크 등 참여플랫폼 첫 시도

- 디자이너 네트워크 시너지 창출 및 지속가능한 발전가능성 제고
 - 워크숍 및 소규모 모임 등 지역 특성에 맞는 프로그램 6회
 - 디자이너 네트워크 릴레이를 통해 100명 네트워크 구축

- 서울 전역에서 시민 전체가 디자인을 향유하는 행사로 가치 제고

- 서울 전역 9개 지역별 프리마켓 연계로 디자인 서울 지향
- 서울전역 디자인스튜디오, 숍, 마켓 등 50여개 참여, 4개구역 46개스팟 프로그램 운영
- 오픈스튜디오 5곳, 다이닝 4곳, 지역별 마켓 11개, 디자인숍 19개, 서점 및 레코드 7개, 카페 5개, 레스토랑 4개 등 프로그램 진행 및 할인 등

③ 세계디자인워크(WDW)의 멤버로서 서울의 글로벌 가치 및 위상 강화

- 국제 컨퍼런스, 글로벌 매거진교육, 동아시아 컬러트렌드발표 등 협업
- 월드디자인워크(WDW) 보드멤버로서 9개도시 중 서울 네트워크 확보

- 50여국, WDW(World Design Week) 9개국 주요 협의체 참여
- 헬싱키디자인위크에서 WDW 서미트를 통해 SDW의 주제를 논의(17.09.14~15)
- BeSeTo(베이징/서울/도쿄) 아시아디자인위크 협의 회의 DDP 개최 (17.11.7~9)

4) 메뉴얼 구축을 통한 효율적인 관리 체계 구축 및 지속성 확보

- 글로벌 트렌드를 주도하는 행사 디자인 강화 및 뉴미디어 확대
 - 정량적인 성과 홍보물제작, e-book 배포, 국내외 홍보 및 후원 유치
- 기관 및 기업 후원 유치를 통한 실질적 지원을 통한 프로그램 확장
 - 18개 기관/기업 현물/프로그램 후원·협찬 2.5억원 상당 지원
- 운영 메뉴얼 구축 및 안정적 운영 환경 마련
 - 사업결과보고서 메뉴얼북 구성을 통한 향후 사업체계화
 - 일체 데이터, 4팀의 사진을 통한 아카이빙 도록 제작 예정

2. 행사개요 및 주요내용

■ 행사개요

- 사업명 : 서울디자인위크 2017 (4회)
- 주제 : 「더 나은 관계를 위한 디자인(Design for Better Relationship)」
- 행사기간 : '17.9.21(목)~9.27(수), (7일간)
- 장소 : DDP 및 서울 전역(홍대, 서촌, 강남 동대문)
- 주최·주관 : 서울디자인재단 및 서울시, 민관 참여 확대
- 협찬 후원 : 롯데칠성, REESES, 모나미, 두성, 클라우드 등

■ 추진조직

- 2017 국내총감독 : 이나미 (홍익대학교 교수, 디자인바프 대표)

※ 국외큐레이터 : 캐시리 (아이다스 교수)

※ 국내큐레이터 : 이경미 (사이픽스 대표), 이재준 (리마크프레스 소장), 최소연 (퍼셉션 대표)

※ 대행사 : 최진한 (엠허스트 대표), 김홍섭 (나우컴즈 대표)

※ 주무부서 : 서울디자인재단 DDP상생본부 전시사업팀 외 시민디자인연구센터, 디자인사업팀, 디자인공예산업팀, 교육사업팀, 국제협력팀 등 재단 팀별 프로그램 추진

■ 주요 내용

□ 주요 프로그램 : 5개 플랫폼, 58개 콘텐츠로 기획 및 운영

구성	이미지	세부내용
주제 프로그램 심화		자체 기획 7개 프로그램 오프닝 컨퍼런스, 주제전시(체험전/아카이브전), 자치구전, 청년 디자이너 오디션, 디자이너 페차쿠차, 네트워킹 파티, 디자인영화제 등
협력 프로그램 확대		서울시·재단 20개 프로그램 스마트모빌리티컨퍼런스, 서울공예박람회, 공예디자인마켓, DIC 트렌드 세미나, 유니버설디자인박람회, 동대문스타일페스타, 상상패션위크 등
시민 프로그램 향유		민간 협력 9개 프로그램 주제공연, 버스킹, 꿈톡, 윤이상 음악회 등
서울 프로그램 구축		민간 참여 50개 메이트 지역별 11개 마켓 지원, 디자이너 오픈 스튜디오, 디자인&다닝, 서울의 주요 디자인거리의 디자인숍, 서점, 카페, 레스토랑, 마켓 등
국제 프로그램 참여		월드디자인위크 네트워크 50개국, 9개국 협의체 SDW의 국제적 위상 고취 : WDW(World Design Week) 이사회 참여(헬싱키, 도쿄 등 9개 도시), WDW 서밋(헬싱키)에서 SDW의 주제 논의, DDP베세토 협의회의 개최

※ 각계 해외 전문가 등 총 55명의 연사들이 참가하는 글로벌 컨퍼런스, 유니버설 디자인박람회, 아이들을 위한 워크숍 프로그램 및 디자인공예프리마켓 등 28개 협력 프로그램이 동시 개최

3. 세부추진내용









1. 서울디자인위크2017 _DDP 주요프로그램

■ 사전프로그램



		
4.27월드디자인어린이워크숍 ico-D_DC2017(4.27) 5개국 참가 2,000여명 참가	프리포럼 (6.22) 연사6명 400명 참가	청년멘토링 21회 및 디자이너 지역모임 5회 198명 참가

■ 본 행사 주요프로그램 (DDP)

- 주제 관련 자체 교육, 전시, 참여 등 자체프로그램 플랫폼 구축
 - 5개 플랫폼, 58개 콘텐츠로 구성, 참여기업 및 디자이너 1,121사, 총 관람객 31만명 이상

		
<p>오픈링 컨퍼런스 연사5명, 687명</p>	<p>EP.age 오디션 연사7명, 490명</p>	<p>페차쿠차 연사8명, 340명</p>
		
<p>주제 전시(참여전) 콘텐츠5개, 70,461명</p>	<p>주제 전시(사례전) 콘텐츠53개, 46,424명</p>	<p>주제 전시(자치구전) 사례전 포함</p>
		
<p>EP.age 전시 콘텐츠7개, 5,382명</p>	<p>디자이너 네트워크 파티 디자이너참여 248명</p>	

■ 시민 대상 프로그램 (DDP)

		
<p>주제 공연 5회, 5,380명</p>	<p>디자인 영화제 1,032명</p>	<p>디자인 버스킹 11,60명</p>

2. 서울디자인위크2017 _서울 프로그램

■ 서울지역 프로그램

□ 서울 전역에서 시민 전체가 디자인을 향유하는 행사

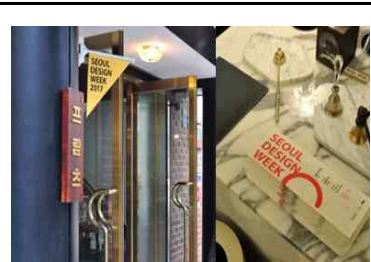
- 서울 전역 9개 지역별 프리마켓 연계로 디자인 서울 지향
- 서울전역 디자인스튜디오, 숭, 마켓 등 50여개 참여, 4개구역, 46개스팟 프로그램 운영
- 오픈스튜디오 5곳, 다이닝 4곳, 지역별 마켓 11개, 디자인숍 19개, 서점 및 레코드 7개, 카페 5개, 레스토랑 4개 등 프로그램 진행 및 할인 등



지역별 마켓 11곳 중 6곳
현장 집계 제외함



오픈스튜디오 5곳, 83명 참가



디자인메이트 50곳, 집계
제외함



다이닝 Delicious Life
4곳, 133명



디자이너 지역별모- 5회,
198명참가



EP.age 오디션 멘토링-
멘토8명, 21회

■ 해외 프로그램

□ 월드디자인위크(WDW) 보드멤버로서 9개도시 중 서울 네트워크 확보

- 50여국, WDW(World Design Week) 9개국 주요 협의체 참여
- 헬싱키디자인위크에서 WDW 서미트를 통해 SDW의 주제를 논의(17.09.14~15)



월드디자인위크 활동-
50개국, 9국 참가
현장 참여디자이너수 제외



헬싱키위크 프로그램
워크숍, 라운드테이블, 갈락
등 500여명 참여










베세토 협의회의 프로그램
한중일 3국, 10여명 참가

3. 서울디자인위크2017 _협력 프로그램

- 콘텐츠에 부합하는 국내외 협력프로그램 유치 확대
- 국제 컨퍼런스, 글로벌 매거진교육, 동아시아 컬러트렌드발표 등 협업
 - 스마트모빌리티컨퍼런스, 서울공예박람회, 공예디자인마켓, 유니버설디자인박람회, 동대문스타일페스타, 상상패션위크 등 DDP내 협업프로그램 28개, 서울전역 50개

■ 컨퍼런스 및 세미나

		
<p>서울스마트모빌리티 컨퍼런스 연사15명, 510명</p>	<p>유니버설디자인 세미나 연사6명, 403명</p>	<p>컨테나스트 CondeNast X DDP 워크숍 교육4회, 286명,</p>
		
<p>DIC 아시안 컬러 트렌드 세미나 일본1개국, 연사1명, 120명</p>	<p>DDP 포럼 참여기업3명, 69명</p>	<p>건축 강연 연사6명, 79명</p>
		
<p>DDP 지식공유 세미나 연사1명, 169명</p>	<p>건축어린이워크숍 연사2명, 79명</p>	

■ 전시 및 페어

<p>2017 서울 생활의 발견 참여기업3명, 12,085명</p>	<p>유니버설디자인박람회 참여기업32명, 5,888명</p>	<p>동대문, 스타일페스타 2017 협력기업16명, 4만명 (집계제외)</p>
<p>서울도시건축비엔날레 (집계제외)</p>	<p>서울라운지 (집계제외)</p>	

■ 마켓

<p>디자인공예프리마켓 148업체, 224,858명</p>	<p>얼굴있는 농부시장@DDP Farmer's Market 50업체, 3,056명</p>	<p>서울밤도깨비야시장@DDP 60업체, 65,490명</p>
<p>서울지역 11개 마켓 연계_감성마켓, 연희스물동네마켓, 프랜드마켓, 피버플리마켓, 홍대희망시장 등 (현장 집계제외)</p>		

■ 이벤트

		
<p>꿈톡(토크콘서트) : 청년광복페스티벌 연사6명, 공연6명, 435명</p>	<p>윤이상 음악회 출연진 16명, 700명</p>	<p>상상패션워크(KT&G) 연사협력기간 참여자 150명, 1,500명</p>

- 일정표 및 개최 결과

· 자체프로그램

구분	프로그램	일시	장소
오프닝 컨퍼런스	기자회견(프래스투어)	9/21(수)	디자인나눔관
	오프닝 국제 컨퍼런스	9/21(수)	알림1관
주제전	시민 참여 전시	9/21~27	어울림광장 /미래로다리 아래
	사례전 (사례전 및 자치구, 디자인스튜디오전)		
청년 디자이너	공모 참가팀선정 & 멘토링 워크숍 7주운영	7/23	서울전역
	On Stage PT	9/22	알림1관
	아카이브전시	상시	고객지원실
디자이너 무브먼트	디자이너 추천릴레이 100	7월~8월	서울전역
	오픈스튜디오 및 지역모임 (홍대강남강북)	9/21~27 1Day	
	페차쿠차	9/22	
시민프로 그램	디자인영화제	9/23~24	잔디사랑방
	디자이너 네트워킹파티	9/23	잔디사랑방
	시민버스킹 공연	9/23~25,27	어울림광장 M1
서울지역 프로그램	디자인메이트	상시	서울
	다이닝 프로그램	상시	서울
국제 프로그램	해외프로그램 & 헬싱키 디자인워크 라운드테이블		

※ 사전완료 프로그램 : 세계어린디자이너워크숍 : 4.27(목) 14:00~18:00, 프리포럼 : 6.22(목) 18:00~22:00

· 협력프로그램

구분	프로그램	일시	장소
컨퍼런스 및 세미나	서울스마트모빌리티 컨퍼런스	9/26	알림1관
	유니버설디자인 세미나	9/21~27	나눔관
	컨데나스트 워크숍	9/21~27	DDP, 유어스
	DIC Asian Color Trend 세미나	9/25	나눔관
	DDP 포럼	9/21	나눔관

	건축강연	9/23	나눔관
	건축어린이워크숍	9/23~24	나눔관
전시 및 페어	서울공예박람회	9/21~27	알림2관
	유니버설디자인박람회	9/21~27	알림관 국제회의장
	서울도시건축비엔날레	9/2~11/5	디자인거리 나눔관 디자인전시관
	동대문, 스타일페스타 2017	9/20~9/24	DDP 및 동대문일대
이벤트 및 마켓	디자인공예프리마켓	9/21~27	미래로
	얼굴있는 농부시장	9/22~24	어울림광장
	서울밤도깨비야시장	9/22~23	팔거리 어울림광장 동대문역사문화공원 일대
	꿈톡(토크콘서트)_청년광복페스티벌	9/24	나눔관
	상상패션위크(KT&G)	9/27	알림1관
	윤이상음악회	9/23	잔디언덕

4. 홍보 및 협찬 추진 내역

1. 홍보 추진 내역

■ 포스터 및 옥외광고

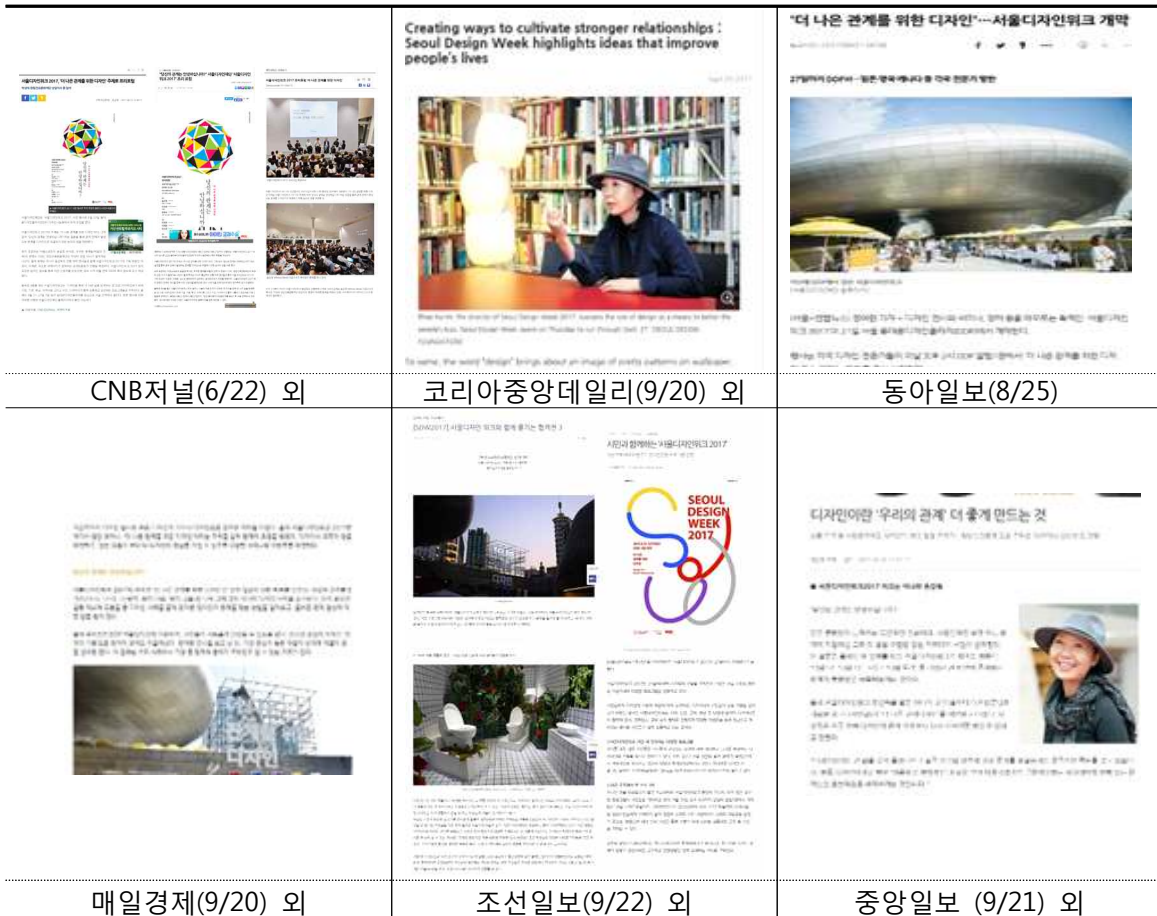
		
<p>메인 포스터홍익대학교 외 37</p>	<p>재단본사 현수막광고</p>	<p>알림1관 외 4곳</p>
		
<p>유에스빌딩 대형광고</p>	<p>서울시4개구 배너 게재</p>	<p>중앙일보 (9/21) 외</p>

■ 옥외광고 현황 :

- 용산구, 중구, 종로구, 마포구 4개 구 게시 확대 (2017. 9. 1(금) - 2017. 9. 27(수))



■ 언론홍보 : 국내 홍보 : 467건(※4.22~11월 집계), 국외홍보 : 37건 (※4.22~11월 집계), 협력프로그램 포함



□ 기자간담회(취소)로 파워블로거 투워 및 보도자료 배포

- 기자대응

- 개요 : 주요 매체 디자인&전시&미술 담당자에게 SDW2017 프레스킷 발송
- 규모 : 27개 매체 /방식 : 2017.9.22.(금) 퀵서비스 발송
- 프레스킷 구성 : SDW 공식보도자료 + SDW기념품(볼펜&수첩&엽서) + SDW공식포스터



프레스킷 폴더/ 에코백

□ 파워블로거 : 블로그 게시물 노출 리스트 : 총 20 회차

- DDP 인스타그램 사진전 입상자 및 홍보팀이 관리하는 파워블로거를 대상으로 SDW2017 전시 투어 진행

- 일시 : 2017.9.21(목) 13:00 - 15:00
- 규모 : 15명
- 파워블로거 Gift : 위크 폴리백 세트(티셔츠+수첩+엽서+스티커+리플렛)
- 투어 동선 : 나눔관 출발 → 주제전(어울림광장) → 유니버설 전시(국제전시장) → 디자인 마켓(미래로) → '서울생활의 발견' 은밀한 공예(알림2관) → 컨퍼런스 (알림1관)



기자간담회(3.8)



프레스킷 폴더/ 에코백

■ 잡지홍보 : 총 8회 기획기사 진행

		
<p>월간디자인</p>	<p>월간디자인기획기사 디자인정글 외</p>	<p>CA 매거진</p>

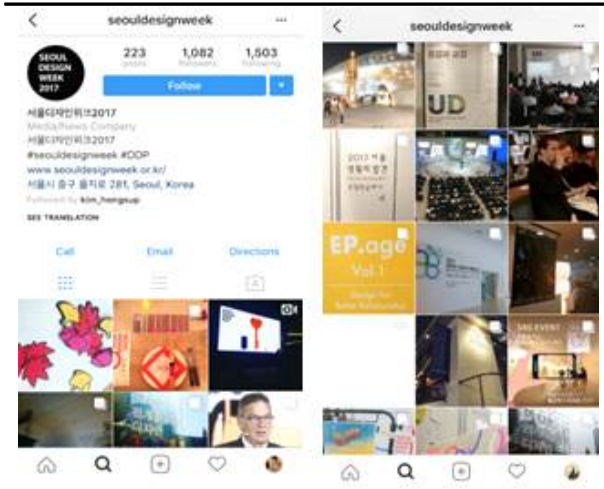

■ SNS(온라인)홍보

□ 인스타그램

- SDW2017 관련 게시물 업로드 개수 : 총 108개- 팔로워수 변화 추이 : 2017년 6월말 335명 → 2017년 10월 25일 현재 1,082명(747명 증가, 223%증가)

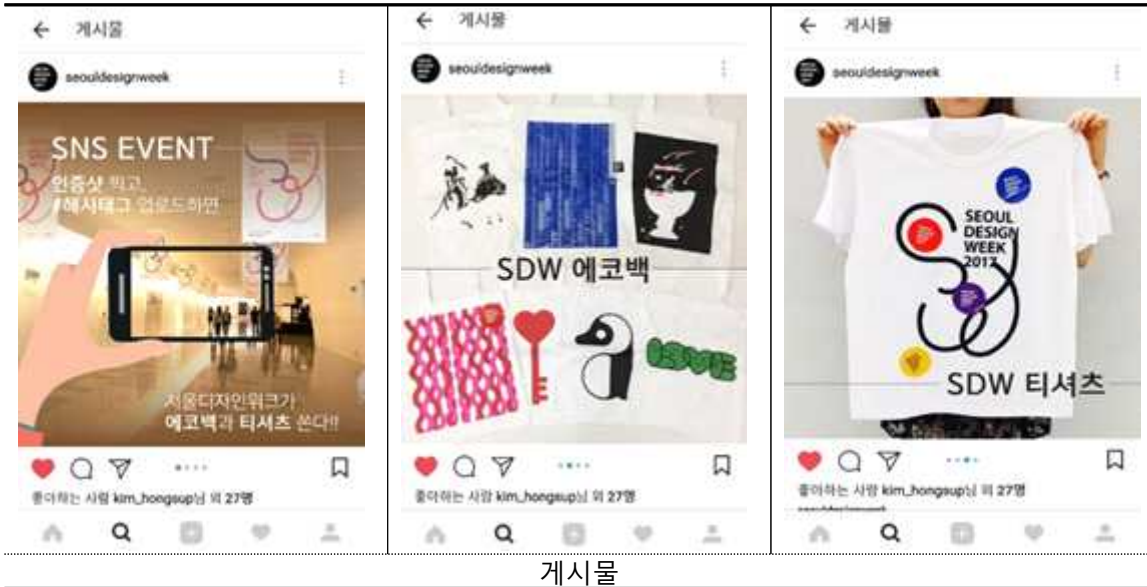
□ 페이스북

- SDW2017 관련 게시물 업로드 개수 : 총 108개- '좋아요'수 변화 추이 : 2017년 6월말 10,538명 → 2017년 10월 22일 현재 '좋아요' 11,119명(581명 증가, 5.5% 증가)- 팔로워수 변화 추이 : 2017년 6월말 10,452명 → 2017년 10월 25일 현재 팔로워 11,065명(613명 증가, 5.8%증가)

	
<p>인스타그램</p>	<p>페이스북</p>

□ SNS_인증샷 이벤트

- 개요 : 인증샷을 찍고 필수 해시태그와 함께 인스타그램게시물 경품 증정
- 기간 : 2017.9.24(일) - 9.27(수) (4일간)
- 경품 : SDW2017 공식 MD(에코백 + 티셔츠)
- 필수 해시태그 : #서울디자인위크2017 #서울디자인위크인증샷 #이벤트



■ 홈페이지 : 국문제작 , 추후 영문 제작 및 홈페이지 개선 필요

※ 개선사항 별도 보고 후 영문 홈페이지 제작 계획 상신 예정



■ 영상 : 자체제작 10여건

- SDW 주제영상, SDW 홍보영상, 박원순 시장 오프닝 축하영상, 서울디자인위크 오프닝 축하영상 in Helsinki, 프리포럼 현장스케치, DM 초청디자이너 인터뷰 영상, EP.age 모집안내 영상, EP.age Celebrity 응원영상, EP.age 1:1 멘토링 영상

현장스케치	컬렉션 리뷰	백스테이지 헤어&메이크업

■ 1인미디어 시민 취재 50인, 각 프로그램 취재 유튜브 공유

- 서울디자인위크2017 행사의 다양성 확보 및 아카이브 활용
- 협력단체 : 50플러스 (코리안미디어협동조합) ※ 퇴직 방송인이 제작자 조합
- 추진 내역 :
 - 1인미디어 제작자가 위크 기간 중 주요 프로그램 등 행사현장 취재 및 촬영
 - 동영상 클립으로 제작하여 페이스북, 유튜브, 블로그, 카카오프렌치 등 각 SNS 특성에 맞춰 퍼블리싱 진행
 - 취재 다음날 퍼블리싱 하는 것을 원칙으로 행사의 현장성 + 정보전달에 주력
 - 총 20편 제작 & 노출 진행 완료

<p>https://www.youtube.com/watch?v=XAnXgOItYg&feature=youtu.be 서울디자인위크1-1크리에이터 박서울의 체험기</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=KW5HhJjoAAQ&feature=youtu.be SEOUL DESIGN WEEK 2017 No.4_스케치영상</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=ezii-pZlWw4&t=5s 서울디자인위크2017 '알차게 즐기게 베스트3'</p>
<p>https://www.youtube.com/watch?v=mzax6Daec8o&feature=youtu.be https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=349113458847123&id=100012454153487 SDW2017 유니버설디자인전 및 생활의 발견, 은밀한공간</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=LGlbFpomZ9w&t=2s https://www.facebook.com/ChanpdFlim/videos/1983288421930109/ 2017디자인위크 너와 나 그리고 우리</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=04en6hsrhw&t=29s https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1927895614200173&id=10009392603927 서울디자인위크 2017, '더 나은 관계를 위한 디자인', 당신은 어떠셨어요?</p>

■ 인쇄물/제작물

		
<p>포스터 2종 : 총 1,500부 메인(1,000부)/ 프로그램(500부) 포스터</p>	<p>메모장 4종 : 총 6,400개 긴메모장(3,200개)/ 짧은메모장(3,200개) 기념품 메모장</p>	<p>엽서 6종 : 총 30,000부 6종 * 각 5,000부 홍보 엽서</p>
		
<p>스티커 총 3,000부 홍보 스티커</p>	<p>초대장 : 총 600부 1차(300부)/ 2차(300부) 초대장</p>	<p>A4 홀더 총 100부 프래스킷 홀더</p>
		
<p>프로그램 리플릿 총 10,000부 홍보 리플릿</p>	<p>다이어리 총 200부 다이어리</p>	<p>티셔츠 총 600장 운프로모션 티셔츠</p>

2. 협찬결과

□ 후원협찬 내역










- 2억원 상당 지원을 통한 프로그램 후원협찬을 통한 확장
- 협물협찬 내역 (물품비용 산출)

구분	협찬물품	서비스 제공현황
1	롯데칠성 30,000	-프로그램 3만명 물품협찬 -어울림광장 프로모션 부스, 프로그램별 지원
2	REESES 10,000	-프로그램 및 리서치 1만개 물품협찬 -해외 바이어 프레스 기프트 제공
3	모나미 1,500	-전시 및 프로모션 1천개 물품협찬 -WDW VIP 기념품 50개 제작
4	두성 3,000	-디자인영화제 물품협찬
5	클라우드 2,000	-디자인파티 물품협찬
합계		46,500

· 프로그램후원 (프로그램 제작 산출)

구분	프로그램	서비스 제공현황	
1	동대문미래창조재단	20,000	- 주제전, 시민참여전 현금후원
2	문화체육관광부, 한국문화예술위원회, (재)전통공연예술진흥재단	100,000	- 주제 공연 후원 - 공연100명 규모, 5회 진행 - DDP내 갤러리문
3	스마트모빌리티	15,000	- 알림1관 공간 공유 및 컨퍼런스
4	KT&G,상상유니브	18,000	무대비용
5	노루&일본DIC	10,000	- DID아시아컬러트렌드발표 유치
6	안그라픽스	5,000	- 존타카라 강연 유치
7	꿈톡	5,000	- 청년토크콘서트 유치 - 공연 1회
8	EBS국제다큐영화제	3,000	- 디자인영화제 6편 제공
9	네이버 디자인프레스	10,000	- 네이버디자인톡 기사게시 제공 - 홍보
10	다음스토리펀딩	2,459	- 청년디자이너 디자인 다음사이트 내 스토리펀딩 서울디자인위크 페이지 구축
11	디자인하우스	10,000	- 특집기사 및 SNS 광고 제공
소계		198,459	

■ 프로모션 현황

		
롯데칠성	REESES	모나미
		
두성	클라우드	동대문미래창조재단
		
(재)전통공연예술진흥재단	스마트모빌리티	KT&G,상상유니브

		
노루&일본DIC	안그래픽스	꿈톡
		
EBS국제다큐영화제		

5. 만족도 조사

■ 만족도 조사 개요

구분	관람객 대상	참여 디자이너·기업 대상
조사 기간	2017.9.21.~27	2017.10.16.~31
조사 방법	현장 설문지 조사	대면 인터뷰 조사
조사 샘플	522개	45개

- 서울디자인위크 인지도 상승 및 예술가디자이너, 대학(원)생 참여 비율 확대
 - 주요 관람객은 20-30대 청년층(61%), 직업군은 예술가디자이너와 대학(원)생(58%)
 - 서울디자인위크 인지도 상승(34%→54%), 첫방문 비율 작년 대비 감소(87%→77%) 및 지속 방문의사가 67%로 서울디자인위크의 성장 예측 가능
 - 응답자의 65%가 긍정적인 평가를 하였으며, 주제컨퍼런스에 대한 만족도(69%)가 가장 높게 나타남에 따라 전문적인 '지식 또는 경험' 습득에 대한 니즈 확인
- 디자이너·디자인기업 참여형 콘텐츠의 확대에 높은 만족감과 기대감을 보임
 - 참여 기업의 경우, 다양한 계층에 콘텐츠를 홍보할 수 있었던 점에 높은 만족도(83%)를 보이며 재참여 의사(94%)가 아주 높음
 - 참여 디자이너의 경우, 1회성이 아닌 지속적인 디자이너 네트워크를 강화하고 활성화 할 수 있는 서울디자인위크의 역할 강조
 - 만족한다는 비율은 80%로 일반인 관람객 만족도(65%)에 비해 높게 나타남에 따라 프로그램에 직접적으로 참여하는 디자이너·기업의 서울디자인위크에 대한 기대감 확인

※ 첨부파일 참조 [첨부] SDW Survey_만족도조사

6. 운영 개선사항 및 향후 일정

■ 사업리뷰를 통한 개선점 도출

구분	내용	내년도 개선(안)
서울디자인 워크의 방향	<ul style="list-style-type: none"> - 주제 컨퍼런스 및 전시 등 직접 기획 콘텐츠 확대 - 신진디자이너나 스튜디오들이 참여할 수 있는 오픈하우스 같은 성격의 프로젝트도 확대하고 판매도 이루어질 수 있어야 함 - 서울디자인워크가 ddp에서 일어나는 이벤트가 아니라 서울 도시 전역에서 일어나는 도시브랜딩의 역할을 한다는 것이 중요함 - 워크의 목표가 도시브랜딩인지, 디자인계 활성화인지 목표의 우선순위를 명확하게 하는 것이 중요함 - 서울디자인워크가 올해 기본적인 틀을 잡은 원년이었으나, 실행하기에 예산의 무리가 많이 있었음 	<ul style="list-style-type: none"> - 워크는 여러 디자이너가 주제에 맞게 참여할 수 있는 플랫폼을 만들어주어야 함 - 디자인워크가 서울 곳곳에서 장소성을 갖도록 하는 것도 의미가 있음 - 워크의 목표가 도시브랜딩인지, 디자인계 활성화인지 목표의 우선순위를 명확한 규정 필요 - 서울디자인워크에 대한 대행사, 기획위원단, 재단 각각의 역할과 구도가 정리 되어야 함 - 워크의 확장을 위해서는 안정적인 예산 확보와 스폰서 확보가 우선적임
홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 언론 홍보 : 내외부로 아쉬운 점이 많음, 많은 콘텐츠의 운영 홍보의 집중이 어려웠음 - 홈페이지 운영 미흡 : 홈페이지를 통해 사전 참여 신청을 받아야 하는데, 오픈이 많이 늦어짐. 워크 내용을 충실히 넣을 수 없었음 - 올해 워크 사업에 대한 내용이 백업이 되어야 내년 워크 전까지 워크에 대한 정보를 충실히 공유할 수 있음 - 리플렛 : 워크 메인프로그램과 협력프로그램이 동일한 비중으로 들어갔었음 - 서울디자인워크 아이덴티티 : 이번에 키비주얼이 반응이 좋았고, 다양한 활용 가능성이 있음 - 아카이빙 북 : 워크의 협력프로그램들 중에서도 주제에 맞추어 콘텐츠 아카이빙의 우선순위를 두어야 함 	<ul style="list-style-type: none"> - 사업이 끝나는 시점부터 워크 사업에 대한 내용이 백업이 되어야 내년 워크 전까지 워크에 대한 정보를 충실히 공유할 수 있음 - 메인 프로그램이 부각되도록 구성 될 필요가 있음 - 서울디자인워크의 아이덴티티 강화와 효율적 운영을 위해서 올해 새로 만든 키비주얼을 매년 바꾸지 말고, 그대로 이어가야 함 - 아카이브 도록 전에 이번 워크의 다양한 프로그램과 정량적 지표를 보여줄 수 있는 매거진 형식의 소책자 제작 진행함
행사 기획의 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 전반적으로 새로이 태어나는 [서울디자인워크]를 추구, 다양한 시각 및 방향으로 접근하는데 초점을 맞추고 진행 - [서울디자인워크] 주관사의 담당부서(서울디자인재단) 및 운영대행사(앰허스트, 나우컴즈)가 [서울디자인워크]의 기획 및 운영을 진행한 경험이 없어 다소의 시간 소비적인 과정이 많았던 것은 아쉬움 - 수평으로 다양한 주요 행사들이 긴 기간 동안 여러 장소에 걸쳐 진행되다 보니, 본 행사인 [서울디자인워크]에 오롯이 집중할 수 없었던 환경 또한 아쉬움 - 본 행사에 집중할 수 있는 구조는 효율적인 예산 활용과도 직결될 수 있음 - 현재의 과업 범위, 기간, 예산, 인력 등을 감안할 때, 책정된 예산(약 8.8억 원)은 효율적 	<ul style="list-style-type: none"> - 차년에는 이러한 새로운 시도들이 고유의 프로그램으로 자리 잡을 수 있는 좋은 계기가 된 것으로 판단하며, 본 행사를 위해 참여 및 협력한 기업 및 기관, 그리고 무엇보다 디자이너 그룹의 적극적이며 긍정적인 피드백 반영 필요함 - 차년부터는 주관 및 주최사인 서울디자인재단에서 [서울디자인워크] 본 행사에 집중할 수 있는 구조로 과업의 범위와 조직을 편성 필요 - 사전에 진행되는 다양한 행사의 경우 서울디자인재단의 기존 프로그램을 활용하거나 통합하는 등의 실제적인 방안 도출 필요 - [서울디자인워크]는 주관사와 운영대행사가 주도하여 콘텐츠를 생산하는 반면, 예컨대 [서울패션워크]의 경우는 수 많은 디자이너와

	으로 사용할 수 있는 구조 못됨. 예를 들어, [서울디자인위크] 본 행사의 핵심 프로그램인 컨퍼런스/주제전시/다자이너스 파티 등에만 집중한다면 디자이너들 뿐만 아니라, 일반 대중들에게도 더 큰 놀라움과 강렬함을 선사하는 동시에 [서울디자인위크]를 확실하게 각인 할 수 있어 아쉬움	기업들이 참여를 이끌어내는 구조진행 - 콘텐츠의 다양성 및 홍보 측면에서 서로 다른 시작점과 구조를 가지고 있기 때문에, 콘텐츠를 직접 기획하여 생산하기 보다는 콘텐츠를 생산하는 개인 기업 기관이 자신의 디자인 역량을 펼치는 하나의 장이 될 수 있도록 구성하는 것이 매우 중요하다고 사료
행사 운영의 측면	- 서울디자인위크 기간 중에 워낙 많은 행사들이 동시에 진행되기 때문에, 기획 뿐만 아니라, 운영 현장에서 혼선이 생기는 문제가 종종 발생 - 운영의 효율성 측면에서 제작되는 시설 및 장비들을 과업 외 프로그램과 공유를 하는 등의 성과 있었음	- 모든 운영 실무자들과 스태프들이 현장의 다양한 행사를 전체적으로 이해하고 방문객 응대를 할 필요

■ 글로벌 네트워크의 구축 및 확대, 서울디자인위크의 글로벌 위상 제고

- 해외 기관과 교류를 통한 아시아 디자인 교두보 마련
 - WDW(월드디자인위크) 협의체를 통한 다국적 디자이너 참여 강화, 상호 디자이너 교류 프로그램 추진
 - 한중일 디자인위크 기간을 연계하여 범 아시아 디자인 페스티벌로 추진
 - 대만, 상하이, 베이징, 싱가포르, 등 신흥디자인 성장국와 MOU 추진

■ 서울디자인위크 민간 협력 체계 확대, 홍보 플랫폼 역할 강화

- 서울디자인위크 타이틀 스폰서를 비롯 민간 협찬금 유치
- 동대문상생협의체, 마케팅주식회사, 한국관광공사 등과 거버넌스를 구축하여 국내외 홍보마케팅 및 홍보플랫폼 역할 강화

■ 지속적인 신진 디자이너 발굴 및 글로벌 스타 디자이너 육성

- 2017년 청년프로그램의 기본 포맷을 확장, 역량있는 신진 디자이너 발굴 및 글로벌 진출 및 홍보 강화
- 기성 디자이너 및 디자인기업과의 멘토링을 통해 디자이너 육성

■ 아시아의 대표 디자인 페스티벌로서 입지 구축 및 관광 상품화 단계별 개발

- DDP의 다양한 장소를 활용할 수 있는 프로그램 구성

- 어울림광장~팔거리를 자연스럽게 연결할 수 있는 프로그램을 개발 DDP를 보다 다양하게 연출 활용
- 동대문 일대를 활용 및 서울디자인거리 디자인위크 기간 동대문 일대 세일 개최
- 향후 주요디자인 스팟 도소매상권 호텔 및 식음료판매업 등과 연계하여 단계별 개발
- 서울디자인위크 디자인 강화를 통한 전용 콘텐츠 및 상품 개발을 통한 아이덴티티 구축
 - 서울디자인위크 등 디자인 이슈화, 전용 상품(굿즈) 개발 등
 - 국제적 어워드 출품을 통한 국제적 위상 및 국제적 전문가 그룹 홍보

■ 추후 일정

- 2017. 11 : 결과보고 완료 및 정량적 성과홍보물 국/내외 배포
- 2017. 12 : 아카이빙 도록 제작
전문가 그룹 리뷰회의 통한 마스터플랜 구성
- 2018. 01~02 : 2018년 사업계획 구성 및 총감독 선임
- 2018. 03 : 민/관 협력프로그램 유치 공고
운영대행사 선정 공고
- 2018. 09. 13(목) ~ 19(수) : “서울디자인위크2018” 개최 예정 끝.

[첨부파일]

- [첨부1] 서울디자인위크2017 세부 운영계획
- [첨부2] 서울디자인위크2017 결과보고서_메뉴얼
- [첨부3] 서울디자인위크2017_성과홍보책자(인쇄제작완료)
- [첨부4] SDW 정산내역
- [첨부5] SDW Survey_만족도 조사
- [첨부6] SDW_프로그램 관람객 집계